



**Universidad**  
Zaragoza



Facultad de  
Filosofía y Letras  
**Universidad** Zaragoza

# Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Traducción de Textos  
Especializados

Plan de negocio de la floristería norteamericana  
*Red White & Bloom*

Autora

Carolina Magalhães Silva

Tutora  
M.<sup>a</sup> Pilar Mur Dueñas

19 de noviembre 2012



## Índice

1. Introducción.....	3
2. Plan de documentación.....	7
3. Análisis extra e intratextual .....	11
4. Traducción del texto .....	15
5. Problemas y estrategias de traducción.....	53
5.1 Problemas .....	53
5.2 Estrategias de traducción .....	56
6. Conclusión .....	59
7. Referencias .....	61



## 1. Introducción

Este trabajo de fin de máster de Traducción de Textos Especializados pretende reflejar la aplicación de las bases y técnicas más importantes de la traducción especializada conforme a lo aprendido en clase a lo largo de este año. El trabajo se centra en la traducción del inglés al castellano del plan de negocio de una empresa norteamericana dedicada a la floristería y está dividido en varias secciones que se basan en las técnicas aprendidas en la asignatura de Metodología de la traducción especializada y seguidas en otros módulos.

Tras la elección del texto, formulé un plan de documentación y seguidamente hice un análisis exhaustivo del texto en su idioma original con el objetivo de familiarizarme con sus particularidades léxicas y estilísticas. Para dicho análisis me he basado en la obra de Christiane Nord (1988), *Text Analysis in Translation*. Tras analizar el texto, su propósito comunicativo, sus rasgos característicos y los motivos para su traducción, empecé con el proceso de traducción. Durante el mismo fui identificando las estrategias utilizadas y los problemas que me surgieron y cómo los pude solucionar.

Un plan de negocios es un documento utilizado principalmente para crear una empresa, pero también para su renovación o reestructuración. En este plan se especifican todos los datos de la empresa, sus productos o servicios, se analiza la situación del mercado, los objetivos presentes y futuros, las estrategias de marketing, la financiación y toda la información necesaria para poner en marcha la empresa o un cambio en la misma. Además de ser importante para gestionar el negocio, este plan es utilizado para obtener financiación, es una forma de enseñar los proyectos y cualidades pensadas para la empresa y poder así atraer inversores. Por último, puede ser de interés también para proveedores, empleados y otros agentes que puedan estar interesados en los objetivos y operaciones de la empresa.

Después de una búsqueda exhaustiva de varios planes de negocio, he podido ver que todos parecen tener una plantilla base, con algunas diferencias que se deben a los distintos sectores, pero que los apartados más importantes están incluidos en todos los tipos de planes. Los apartados que siempre aparecen en un plan de negocios son el resumen de la empresa, la misión, los productos o servicios y el plan de financiación.

Si bien la elección de este texto para su análisis y traducción es bastante personal, tras la documentación llevada a cabo y su análisis, este proyecto me resultó bastante interesante por otros aspectos. He decidido centrarme en un plan de negocios de una floristería porque tengo una empresa familiar, en concreto una floristería. Como he comentado anteriormente, los planes de negocio se redactan mayoritariamente para la creación de nuevas empresas. Por este motivo, no he encontrado ningún plan de reestructuración de una floristería, que es lo que la empresa familiar en cuestión necesita.

El texto elegido fue redactado por una empresa norteamericana “Bplans” que se dedica a ayudar y apoyar la creación de nuevas empresas a través de la realización de planes de negocio. Este plan estudia la creación de una floristería norteamericana llamada *Red White and Bloom*.

Mi negocio familiar tiene 50 años y veo que en este momento es necesario una renovación y principalmente adaptación al mercado actual. Me pareció muy importante la traducción de este texto porque la información es a menudo difundida en inglés y su traducción a otras lenguas permite dar a conocer planes de negocio en otros contextos lingüísticos y culturales. También creo ser muy interesante para ver otras tendencias empresariales, copiar el modelo de negocio o la información que pueda adaptar a mi negocio. Un plan de negocios es una de las mejores formas de estructurar todos los objetivos, ideas y costes que conllevan la renovación o creación de una empresa.

Este trabajo no presenta la traducción del plan de negocios completo, sino algunas de sus partes, puesto que el límite establecido para el mismo no lo permitía. Para elegir los apartados que iba a traducir he tenido en cuenta mis intereses personales y la importancia de cada apartado. He leído varios planes y en todos ellos, están presentes los capítulos elegidos para mi traducción. Los cuatro apartados pueden ser considerados los más importantes para la creación o renovación de un negocio: el inicio del plan, sus bases, misión, propiedad y financiación.

Tras buscar textos paralelos en español he visto que no existen muchos ejemplos de planes de negocio de floristerías en esta lengua y ese puede ser un buen motivo para su traducción con el objetivo de poder difundir cómo se trabaja en este sector empresarial en otros países y contribuir a abrir nuevos mercados y adaptarse a mercados internacionales/ globalizados.

En la sección 2 del trabajo incluyo el plan de documentación que presenta toda la búsqueda llevada a cabo para elegir el texto origen y realizar mi traducción. La sección 3 recoge el análisis extra e intratextual del texto origen basado en la obra de Christiane Nord referida arriba. En la cuarta sección se incluye el texto origen en la página izquierda, en azul, y la correspondiente traducción del en la página derecha. A esta le sigue el análisis de los problemas y estrategias a lo largo de mi traducción, en la sección 5. Por último, la conclusión intenta sintetizar las ideas principales del trabajo seguidas de las referencias y fuentes utilizadas.



## 2. Plan de documentación

Información que es necesario buscar.	Lugar donde buscarla y ruta de búsqueda.	Ejemplo de información encontrada (referencia)
1.Texto original completo	Internet ( <a href="http://www.bplans.com">http://www.bplans.com</a> )	<a href="http://www.bplans.com/florist_business_plan/executive_summary_fc.php#.UFiOjY0aPAs">http://www.bplans.com/florist business plan/executive summary fc.php#.UFiOjY0aPAs</a>
2. Información relativa al género del plan de negocios.	1. Internet	<p>1.<a href="http://www.smarta.com/tools/business-plans?gclid=CMWM48DjbACFYwQfAodonhUNQ">http://www.smarta.com/tools/business-plans?gclid=CMWM48DjbACFYwQfAodonhUNQ</a></p> <p>2.<a href="http://www.savvychicks.com/businessplanbasics.html">http://www.savvychicks.com/businessplanbasics.html</a></p> <p>3.<a href="http://www.biztree.com/defaultsp1.aspx?ppc=1&amp;gclid=C0mk16vX_bACFYwhtAoduyKGQ">http://www.biztree.com/defaultsp1.aspx?ppc=1&amp;gclid=C0mk16vX_bACFYwhtAoduyKGQ</a></p> <p>4.<a href="http://www.startups.co.uk/swot-templates.html">http://www.startups.co.uk/swot-templates.html</a></p> <p>5.<a href="http://www.smallbusinessuk.org.uk/business-plans/business-plan-structure.html">http://www.smallbusinessuk.org.uk/business-plans/business-plan-structure.html</a></p> <p>6.<a href="http://web.sba.gov/busplantemplate/BizPlanStart.cfm">http://web.sba.gov/busplantemplate/BizPlanStart.cfm</a></p> <p>7.<a href="http://www.budgetbusinessplans.com/article/business-plans-for-small-businesses/">http://www.budgetbusinessplans.com/article/business-plans-for-small-businesses/</a></p> <p>8.<a href="http://www.budgetbusinessplans.com/articles/">http://www.budgetbusinessplans.com/articles/</a></p> <p>9. <a href="http://blog.cofike.com/2011/05/16/plan-negocio-utilidad/">http://blog.cofike.com/2011/05/16/plan-negocio-utilidad/</a> ;  <a href="http://blog.cofike.com/2012/01/30/modelo-de-plan-de-empresa-esquema-plan-de-negocio/">http://blog.cofike.com/2012/01/30/modelo-de-plan-de-empresa-esquema-plan-de-negocio/</a></p>

4. Textos paralelos	Internet	<p>1.<a href="http://www.bplans.co.uk/artificial_fowers_import_business_plan/financial_plan_fc.cfm">http://www.bplans.co.uk/artificial_fowers_import_business_plan/financial_plan_fc.cfm</a></p> <p>2.<a href="http://www.bplans.com/florist_business_plan/appendix_fc.php">http://www.bplans.com/florist_business_plan/appendix_fc.php</a></p> <p>3.<a href="http://planmagic.com/business_plan/retail/flower_shop_business_plan.html">http://planmagic.com/business_plan/retail/flower_shop_business_plan.html</a></p> <p>4.<a href="http://maagblog.ysu.edu/business150_0/files/2008/10/samplebusinessplan2.pdf">http://maagblog.ysu.edu/business150_0/files/2008/10/samplebusinessplan2.pdf</a></p> <p>5.<a href="http://inventors.about.com/library/bl/toc/bl_biz_plan_1.htm">http://inventors.about.com/library/bl/toc/bl_biz_plan_1.htm</a></p>
5.Terminología especializada	1. Internet ( diccionario/glosario económico/general)	<p>1.<a href="http://www.ucm.es/info/rebolsa/glosario.html#SOPSUP">http://www.ucm.es/info/rebolsa/glosario.html#SOPSUP</a></p> <p>2.<a href="http://www.foreignword.com/cgi-bin/business.pl?lengua=engesp&amp;termbox=trend">http://www.foreignword.com/cgi-bin/business.pl?lengua=engesp&amp;termbox=trend</a></p> <p>3.<a href="http://www.proz.com/glosspost/">http://www.proz.com/glosspost/</a></p> <p>4.<a href="http://www.uwasa.fi/viestintatieteet/terminology/special/economics/">http://www.uwasa.fi/viestintatieteet/terminology/special/economics/</a></p> <p>5.<a href="http://www.spanish-translator-services.com/espanol/diccionarios/finanzas-ingles-espanol/">http://www.spanish-translator-services.com/espanol/diccionarios/finanzas-ingles-espanol/</a></p>
6. Equivalencias	<p>1.Diccionarios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• monolingües</li> <li>• bilingües</li> <li>• Memorias de Traducción</li> </ul>	<p>1.<a href="http://www.wordreference.com">www.wordreference.com</a></p> <p>2.<a href="http://www.reverso.net/text_translation.aspx?lang=ES">http://www.reverso.net/text_translation.aspx?lang=ES</a></p> <p>3.<a href="http://www.diccionarios.com/">http://www.diccionarios.com/</a></p> <p>4.<a href="http://www.rae.es">www.rae.es</a></p> <p>5.<a href="http://www.collins.com">www.collins.com</a></p> <p>6.<a href="http://www.linguee.com">www.linguee.com</a></p> <p>7.<a href="http://www.glosbe.com">www.glosbe.com</a></p>

		8. <a href="http://www.iate.com">www.iate.com</a> 9. <a href="http://www.reverso.net">www.reverso.net</a> 10. <a href="http://www.fundeu.es">www.fundeu.es</a>
8. Textos paralelos en español	Internet, Google	1. <a href="http://www.empresaeiniciativaemprendedora.com/?Montar-una-Floristeria">http://www.empresaeiniciativaemprendedora.com/?Montar-una-Floristeria</a> 2. <a href="http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/3425.pdf">http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/3425.pdf</a> 3. <a href="http://www.cantos.org/jaguares/servicios/PNEjemplo.pdf">http://www.cantos.org/jaguares/servicios/PNEjemplo.pdf</a> 4. <a href="http://www.bicgalicia.org/images/autonomos/Modelos_Plan_Negocio/es/ServicioJardineria_cas.pdf">http://www.bicgalicia.org/images/autonomos/Modelos_Plan_Negocio/es/ServicioJardineria_cas.pdf</a>



### 3. Análisis extra e intratextual

Para hacer un análisis de los elementos extra e intratextuales me he basado en la documentación facilitada en la asignatura de Metodología de la Traducción y especialmente en la obra de Christiane Nord (1988). *Text Analysis Translation*.

Ese texto fue redactado por la empresa Bplans, dedicada a formular y apoyar a empresas a crear sus propios planes de negocio. Bplans forma parte del grupo Palo Alto Software, creada en 1988 por Tim Berry. He encontrado este texto en Internet en la propia página de Bplans.

Los planes de negocio se redactan para ayudar a una empresa a poner en marcha, renovar o reestructurar su negocio estableciendo objetivos claros y buscar financiación externa. El plan de negocios seleccionado para su traducción se refiere a la creación de la empresa *Red White & Bloom*. Su propietaria, Jamie Muir, quiere abrir una floristería en Estados Unidos y para ello necesita estudiar el mercado, definir las actividades, establecer objetivos y diseñar una planificación de ventas, financiación, etc.

El texto está dividido en siete capítulos y sus correspondientes apartados, pero mi traducción se centra en los tres primeros y el último. Estos apartados tienen funciones e intenciones comunicativas distintas. Mi elección se debió a la importancia que estos apartados tienen en un plan de negocios y tras buscar otros ejemplos he podido verificar que los apartados elegidos son los que aparecen en casi todos los planes de negocio. Los tres primeros, resumen ejecutivo, resumen de la empresa y productos y servicios, definen el negocio que se va a crear y el último, el plan de financiación, describe las fuentes y necesidades de financiación para abrir la empresa.

El primer capítulo del plan de negocio de *Red White & Bloom* incluye el resumen ejecutivo de la empresa, esto es, la descripción de las características del negocio y un resumen de todo el plan. Este capítulo tiene 3 apartados que especifican distintos temas del plan, la misión, los factores claves de éxito y los objetivos. El primero resume cuál es la forma como la empresa va a trabajar, donde va a incidir para poder destacar o diferenciarse frente a otras floristerías y ser innovadora; da las ideas de cómo será el servicio y los clientes que quiere fidelizar, como por ejemplo, hombres de negocios y empresas. El segundo, los factores claves de éxito, describe las tecnologías, la estrategia de comunicación y las diferentes innovaciones que se proponen llevar a cabo. El tercer y último apartado de este primer capítulo son los objetivos esperados para los tres primeros años del negocio, explica el porcentaje de ventas que se esperan alcanzar y las mejores épocas del año.

Tras una primera explicación del negocio pasamos a la descripción de la empresa, en concreto la tienda y su diseño, horarios y su parte tecnológica. En este capítulo también se definen los gastos iniciales para la constitución de la empresa, es decir, la inversión. Por último, se presenta a la propietaria de la empresa, Jamie Muir.

El tercer capítulo seleccionado para la traducción describe todos los productos y servicios de la empresa. También tiene una gran relevancia porque permite conocer en qué va a consistir la empresa y cómo se obtendrán los beneficios.

El último capítulo de mi traducción y también del plan de negocios es el plan de financiación, uno de los más importantes para la creación o renovación de una empresa. En este capítulo se especifica el tipo de financiación que se necesita y qué margen de beneficio se espera obtener. Esta información se incluye al final del documento, una vez se conocen la actividad, los objetivos, las estrategias de marketing, etc.

Como ya he indicado en la introducción de esta memoria mi primer motivo para la traducción de este texto fue personal pero esta traducción puede ser importante para dar a conocer a los lectores hispanohablantes un plan de negocios de los E.E. U.U., por la creciente globalización entre empresas, copiar modelos de negocio que veamos interesantes y ver otras tendencias empresariales.

He revisado y estudiado varios planes de negocio (ver plan de documentación) para poder entender las características y peculiaridades del género. Existen muchos tipos de planes, en función de los diferentes sectores empresariales, pero hay aspectos que son comunes ya que comparten un mismo objetivo: crear o renovar una empresa, enseñar todas sus características y conseguir financiación para poner el proceso en marcha, así como servir de fuente de información para proveedores y otros agentes interesados en la misma.

Podemos ver que el tiempo verbal más utilizado es el futuro y esto se debe a que el texto es un proyecto que se cumplirá en un determinado plazo de tiempo, por ejemplo, "Red White & Bloom will open after Valentine's day". Además esta forma verbal sirve de enfatizador, indicando que los objetivos serán cumplidos y que lo propuesto será una realidad. Por ejemplo, "Red White & Bloom will use sophisticated marketing techniques"; "The company (...) will differentiate from other traditional retail".

La imagen positiva de la empresa también se construye gracias al uso de adjetivos, substantivos y expresiones de evaluación positiva. En un plan de negocio es muy importante señalar todas las características positivas de una empresa y para eso es necesario enfatizar sus mejores características y hacer sobresalir todo lo bueno que la empresa puede ofrecer. Como ejemplos de este tipo de lenguaje tenemos, "sophisticated", "constant enthusiasm for learning", "success", "high quality", "attractive", "unique", entre otros.

Los planes de negocio son utilizados para crear una empresa y por ello, vemos que se utiliza un lenguaje empresarial específico para el que será importante encontrar un equivalente en la lengua de llegada. Tal es el caso de términos especializados como "total revenue"; "average direct cost of sales"; "start-up expenses"; "working capital"; "net worth"; "total asset turnover"; entre otros.

Otra característica importante del lenguaje utilizado en este texto se refiere al sector comercial al que se refiere, una floristería. Podemos ver léxico específico de esta actividad empresarial y expresiones creadas para esta empresa como, "Green and flowering house plants"; "Forget-Me-Not Club"; "flower designs".

Por último, vemos que el nombre de la empresa aparece destacado muchas veces en el texto. *Red White & Bloom* es visible durante la mayor parte del documento. Es una referencia que se distingue de otros textos económicos que en su mayoría utilizan el pronombre “we” o el sintagma “our company” en vez del nombre comercial. En el texto analizado podemos pensar que el uso del nombre de la empresa se debe a querer demostrar que esta empresa será una realidad y conseguirá los objetivos marcados, que su nombre es importante y que solo esa empresa hará lo que se está proponiendo en este plan.

Un dato curioso es que esta situación cambia cuando llegamos al último capítulo, la parte financiera. A partir de ese momento ya no se enfatiza el nombre de la empresa sino que se opta por el uso del pronombre “we”. Podría ser una forma de incidir en que este proyecto necesita inversores que pasarán a formar parte de la empresa, porque hay financiación que todavía no está asegurada.

De este modo vemos que el texto tiene características que identifican el género y que ayudan a entender su composición e intención principal. Es importante tener en cuenta estos aspectos durante el proceso de traducción para que el texto meta mantenga su función y rasgos característicos en el nuevo contexto lingüístico/cultural.

#### 4. Traducción del texto



## Plan Outline

### 1. Executive Summary

#### 1.1. Mission

#### 1.2. Keys to Success

#### 1.3. Objectives

### 2. Company Summary

#### 2.1. Start-up Summary

#### 2.2. Company Ownership

### 3. Products and Services

#### 3.1. Products

#### 3.2. Services

### 4. Market Analysis Summary

#### 4.1. Buying Patterns

#### 4.2. Market Summary

#### 4.3. Competition

#### 4.4. Target Market segment strategy

#### 4.5. Market Projection

### 5. Strategy and Implementation Summary

#### 5.1. Competitive Edge

#### 5.2. Marketing Strategy

#### 5.3. Sales Strategy

##### 5.3.1. Sales Forecast

#### 5.4. Milestones

### 6. Management Summary

#### 6.1. Personnel Plan

## Índice

### 1. Resumen ejecutivo

#### 1.1. Misión

#### 1.2. Factores claves de éxito

#### 1.3. Objetivos

### 2. Resumen de la empresa

#### 2.1. Resumen inicial

#### 2.2. Titularidad de la empresa

### 3. Productos y Servicios

#### 3.1. Productos

#### 3.2. Servicios

### 4. Análisis del mercado

#### 4.1. Modelos de compra

#### 4.2. Resumen del mercado

#### 4.3. Competencia

#### 4.4. Estrategia de segmento de mercado

#### 4.5. Mercado potencial

### 5. Plan estratégico y de implementación

#### 5.1. Ventaja competitiva

#### 5.2. Estrategia de marketing

#### 5.3. Estrategia de ventas

##### 5.3.1. Previsión de ventas

#### 5.4. Hitos

### 6. Resumen de gestión

#### 6.1. Plan de recursos humanos

## 7. Financial Plan

- 7.1. Break-even Analysis**
- 7.2. Projected Profit and Loss**
- 7.3. Projected Cash Flow**
- 7.4. Projected Balance Sheet**
- 7.5. Business Ratios**

## Appendix

### **1. Executive Summary**

#### **1.1. Mission**

Red White & Bloom will use technology to identify and serve an ideal target audience within a five-mile radius of Castleberry Hill. The company will use sophisticated marketing techniques to secure a core clientele of executive businessmen and corporate accounts, and will differentiate from other traditional retail and on-line florists by offering Frequent Flower Gift Programs with personalized service (e.g., customers can select the specific delivery dates) and custom floral designs (e.g., customers can specify flowers, colors, scents, etc.). Red White & Bloom is dedicated to operating with a constant enthusiasm for learning, being open to implementing new ideas, and maintaining a willingness to adapt to evolving market conditions.

## 7. Plan de financiación

- 7.1. Análisis del umbral de rentabilidad**
- 7.2. Pérdidas y ganancias estimadas**
- 7.3. Tesorería estimada**
- 7.4. Balance estimado**
- 7.5. Ratios de negocio**

## Apéndice

### 1. Resumen ejecutivo

#### 1.1. Misión

La empresa *Red White & Bloom* hará uso de la tecnología para identificar y ofrecer sus servicios a potenciales clientes en un radio de 8 km alrededor de la zona residencial de Castleberry Hill (Atlanta, EE. UU.). La empresa utilizará técnicas de marketing sofisticadas para conseguir captar un núcleo de clientes, empresarios y cuentas corporativas, y se diferenciará de otros minoristas tradicionales y floristerías por Internet gracias a un servicio personalizado de programas de regalo frecuente de flores (p. ej. los clientes pueden elegir fechas específicas para las entregas) y también diseños florales personalizados (p. ej. el cliente puede elegir las flores, colores, fragancias, etc.).

*Red White & Bloom* está decidida a trabajar basada en el continuo entusiasmo por aprender, abierta a la implementación de nuevas ideas y dispuesta a adaptarse a un mercado en constante evolución.

## **1.2. Keys to Success**

- **Using technology** to develop loyal, frequently-buying male clients instead of traditional, walk-in retail shoppers.
- **Designing and selling** innovative, high quality fresh flower arrangements using a variety of design styles, flowers, and containers.
- **Creating** a storefront that resembles an art gallery, with fresh, avant-garde floral arrangements displayed like art (and always for sale).
- **Offering additional** products, including gourmet chocolates and original artwork from local artists.
- **Communicating** with potential customers through direct mail, print advertising and an easy-to-use website.
- **Offering** complimentary in-store events, such as book signings, cheese tastings, and art showings, that coincide with other neighborhood gallery openings.

## **1.3 Objectives**

- Generate healthy total revenue of \$79,600 in Year One.
- Maintain an average direct cost of sales 40% or lower, and a high gross margin.
- Build pricing programs based on the assumption of 10% profit.
- Increase sales approximately 72% in Year Two and 21% in Year Three.\*

\*Note: Red White & Bloom will open after Valentine's Day and Easter/Passover in Year One. The large percentage increase in Year Two reflects a full 12-months of revenue (versus 10 months in Year One), the benefit of one year of marketing, and the inclusion of Valentine's Day and Easter/Passover. Valentine's Day alone typically accounts for one third of a florist's yearly revenue.

## **1.2. Factores clave de éxito**

- **Utilizar la tecnología** para atraer clientes varones leales y compradores frecuentes en vez de compradores tradicionales de establecimientos comerciales.
- **Diseñar y vender** composiciones florales innovadoras y de gran calidad con la utilización de diferentes estilos, flores y recipientes.
- **Crear** un escaparate que parezca una galería de arte, con composiciones de flores frescas y vanguardistas, como si fuesen obras de arte (y siempre a la venta).
- **Ofrecer** productos adicionales, como chocolate gourmet y obras de artistas locales.
- Establecer **comunicación** con clientes potenciales mediante correo electrónico, publicidad impresa y una página web fácil de utilizar.
- **Ofrecer** eventos gratuitos en la tienda como firmas de libros, degustación de quesos y exposición de obras de arte que coincidan con la apertura de galerías locales.

## **1.3. Objetivos**

- Generar en el primer año unos ingresos totales de 79 600 \$.
- Mantener un coste medio de ventas de un 40 % o inferior y un margen bruto elevado.
- Crear programas de precios para establecer un 10 % de beneficio.
- Aumentar las ventas en un 72 % el segundo año y un 21 % el tercero.\*

\*Nota: *Red White & Bloom* abrirá sus puertas después del día de San Valentín y de Semana Santa/ Pascua judía. El gran incremento porcentual en el segundo año se debe a unos ingresos basados en doce meses comparados con los 10 del primer año, los beneficios tras un año de marketing y las ventas en dichas festividades. El día de San Valentín representa un tercio de los ingresos anuales de una floristería.

## 2. Company Summary

### Store Design

The exterior of a florist shop is estimated to account for the attraction of 35% of all customers. While short term the company will not have a large amount of retail walk-in traffic, Red White & Bloom will still create an inviting storefront, one designed to be distinctive and inviting, including:

- Very simple, modern design with attractive displays
- Spacious interior design with lots of light and accent lighting to illuminate flower designs
- Unobstructed windows to showcase flower arrangement in a "gallery" format, with access to the store from the street
- Clear large glass windows with dramatic lighting and clear branding
- High visibility from the street, as well as visually pleasing at night
- Movable floor and ceiling displays to allow easy and frequent redesign of store
- Clearly priced merchandise
- A variety of pre-designed floral arrangements

### Store Operation

Red White & Bloom will be open for operation Monday - Saturday, and closed on Sunday and on major holidays. Hours of operation will be 10:00 a.m. - 5:00 p.m. Monday - Friday, and from noon - 4:00 p.m. on Saturday. Hours may be extended during the holidays.

Owner Jamie Muir, who has more than 14 years of experience in corporate marketing and has trained as a florist, will create floral arrangements and run the business (manage operations, inventories, marketing and sales). She will engage the services of a part-time delivery person, and, for certain floral-intensive holidays, may employ temporary staffing.

## 2. Resumen de la empresa

### Diseño de la tienda

Se calcula que el exterior de una floristería capta la atención de un 35 % del total de los clientes. A pesar de que a corto plazo la empresa no tendrá una gran afluencia de clientes que acudan a la tienda, dispondrá de un escaparate llamativo creado para ser distintivo y atractivo:

- Diseño sencillo, moderno con expositores atractivos.
- Diseño interior amplio y luminoso con iluminación acentuada en las composiciones florales.
- Escaparates despejados pensados para mostrar las composiciones florales en un formato tipo “galería”, con acceso a la tienda desde la calle.
- Ventanas de cristal transparentes y de grandes dimensiones con una luz llamativa y con una destacada marca corporativa.
- Gran visibilidad desde la calle y una visión agradable durante la noche.
- Suelo y techo móviles que permitan cambios fáciles y frecuentes en la decoración o diseño de la tienda.
- Precios de los productos debidamente señalados.
- Variedad de composiciones florales prediseñados.

### Funcionamiento de la tienda

*Red White & Bloom* abrirá de lunes a sábado y cerrará los domingos y los festivos. El horario de apertura será de 10 h a 17 h de lunes a viernes y sábados de 12 h a 16 h. El horario se podrá ampliar durante los períodos vacacionales.

La propietaria, Jamie Muir, con más de 14 años de experiencia en marketing corporativo y con formación como florista, creará las composiciones florales y estará a cargo de la gestión del negocio (operaciones, inventarios, estrategias de marketing, ventas). Contratará un repartidor a tiempo parcial y, para los días festivos que impliquen una mayor venta de flores, puede contratar más personal.

## Store Policies

The company will invest in customer relationship management software (CRM) and a simple point of sales (POS) system to track sales and collect customer information, including names, address, e-mail address and other pertinent information (pets, flower likes/dislikes, color preferences, allergies, birthday, anniversary). This information will be used with e-mail and direct mail efforts to build custom marketing programs establish customer loyalty and drive revenue. The company will offer a 24-hour return/exchange policy to build trust with customers and to maintain retention and loyalty.

### 2.1. Start-up Summary

Working capital, cash sufficient to cover build out costs in the second month, and long-term assets (such as refrigeration units) will make up the majority of the start-up requirements. Start-up expenses, which are detailed in this section, comprise the remaining 12% at \$11,600.

## Funding

As detailed in Sources and Uses of Funds, Red White & Bloom requires \$95,000 to soundly begin operations and have suitable cash reserves for a start-up company. Jamie Muir has secured a loan for \$45,000, and is seeking additional funding.

## Políticas de la tienda

La empresa invertirá en un software de seguimiento de clientes (CRM, por sus siglas en inglés) y un sistema sencillo de punto de venta (POS, por sus siglas en inglés) para controlar las ventas y recopilar información sobre los clientes como el nombre, dirección postal, dirección de correo electrónico y otros datos personales pertinentes (si tiene mascotas, gustos florales, preferencias de color, alergias, cumpleaños, aniversario). Esta información será utilizada para enviar correos electrónicos y postales, para establecer programas de marketing personalizados, fidelizar clientes y aumentar los ingresos. La empresa ofrecerá una política de devolución en un plazo de 24 horas con el fin de ganar la confianza y mantener la fidelización de los clientes.

### **2.1. Resumen inicial**

El fondo de maniobra, suficiente para cubrir los gastos durante el segundo mes y los activos a largo plazo (tales como las unidades de refrigeración), constituirá la mayor parte de los requisitos para la puesta en marcha. Los gastos iniciales, detallados en esta sección, suponen el 12 % (11 600 \$).

## Financiación

Como se detalla en la siguiente sección, fuentes y usos de los fondos, *Red White & Bloom* necesita 95 000 \$ para empezar a funcionar con solidez y tener reservas de efectivo adecuadas para iniciar la empresa. Jamie Muir obtuvo un préstamo de 45 000 \$ y está buscando financiación adicional.

## Sources & Uses of Funds

The following chart recaps the sources and uses of funds for Red White & Bloom:

### Sources:

Jamie Muir: Loan (secured)	\$45,000
Other Sources (unsecured)	\$50,000
<b>Total Sources</b>	<b>\$95,000</b>

### Uses:

Build out	\$18,000
Credit for Build out	-\$9,000
Deposits	\$1,000
Equipment*	\$11,550
Inventory	\$1,500
Start-Up Expenses	\$11,600
Working Capital	\$59,666
<b>Total Uses</b>	<b>\$94,816</b>

*Description of Asset	Quantity	Cost
2-Line Phone System	1	\$350
POS System & Software	1	\$5,000
Laptop PC Computer	1	\$1,635
Accounting & Credit Card Software	1	\$415
Backup Device	1	\$150
5 ft x10 ft Walk-In Cooler	1	\$4,000
<b>Total:</b>		<b>\$11,550</b>

**Fuentes y usos de los fondos**

El cuadro siguiente resume las fuentes y usos de los fondos para *Red White & Bloom*:

**Fuentes**

Jamie Muir: Préstamo (recursos propios)	45 000 \$
---	-----------

Otras fuentes (recursos ajenos)	50 000 \$
---------------------------------	-----------

<b>Total fuentes</b>	<b>95 000 \$</b>
----------------------	------------------

<b>Usos:</b>	
--------------	--

Acondicionamiento del local	18 000 \$
-----------------------------	-----------

Crédito para acondicionamiento del local	-9000 \$
--	----------

Depósitos	1000 \$
-----------	---------

Equipamiento	11 550 \$
--------------	-----------

Stock	1500 \$
-------	---------

Gastos iniciales de constitución de la empresa	11 600 \$
--	-----------

Fondo de maniobra	59 666 \$
-------------------	-----------

<b>Total:</b>	<b>94 816 \$</b>
---------------	------------------

<b>*Descripción de activos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Coste</b>
--------------------------------	-----------------	--------------

2 sistemas telefónicos	1	350 \$
------------------------	---	--------

Sistema y software POS	1	5000 \$
------------------------	---	---------

Ordenador portátil	1	1635 \$
--------------------	---	---------

Software de contabilidad y de tarjetas de crédito	1	415 \$
---	---	--------

Dispositivo de copia de seguridad	1	150 \$
-----------------------------------	---	--------

Cámaras frigoríficas de 1,5 x 3 metros	1	4000 \$
--	---	---------

<b>Total:</b>	<b>11 550 \$</b>
---------------	------------------

**Start-up Requirements****Start-up Expenses**

Accounting/Legal Fees	\$500
Initial Marketing & Advertising	\$5,000
Collateral & Stationery	\$2,500
Store Planner/Design	\$1,000
DSL Installation & Service Activation	\$100
Office Supplies, Giftwrap, Packaging	\$1,000
Furniture	\$1,500
Other	\$0

**Total Start-up Expenses****Start-up Assets**

Cash Required	\$70,350
Start-up Inventory	\$1,500
Other Current Assets	\$0
Long-term Assets	\$11,550

**Total Assets****Total Requirements****Start-up Funding**

Start-up Expenses to Fund	\$11,600
Start-up Assets to Fund	\$83,400
<b>Total Funding Required</b>	<b>\$95,000</b>

**Assets**

Non-cash Assets from Start-up	\$13,050
Cash Requirements from Start-up	\$70,350
Additional Cash Raised	\$0
Cash Balance on Starting Date	\$70,350
<b>Total Assets</b>	<b>\$83,400</b>

**Requisitos iniciales****Gastos iniciales**

Gastos notariales y de gestoría	500 \$
Marketing y publicidad inicial	5000 \$
Material de papelería y otros	2500 \$
Diseñador de interiores	1000 \$
Instalación y activación del servicio	
DSL	100 \$
Material de oficina, papel de regalos, envoltorios	1000 \$
Mobiliario	1500 \$
Otros	0 \$

**Total de gastos iniciales****11 600 \$****Activos iniciales**

Efectivo requerido	70 350 \$
Stock inicial	1500 \$
Otros activos corrientes	0 \$
Activos a largo plazo	11 550 \$
<b>Total de gastos iniciales</b>	<b>83 400 \$</b>
<b>Requisitos totales</b>	<b>95 000 \$</b>

---

**Financiación inicial**

Financiación de gastos iniciales	11 600 \$
Financiación de activos iniciales	83 400 \$

---

**Financiación total requerida****Activos**

Activos iniciales no monetarios	13 050 \$
Requisitos iniciales de liquidez	70 350 \$
Efectivo adicional recaudado	0 \$
Balance de efectivo en el primer día	70 350\$
<b>Total activos</b>	<b>83 400 \$</b>

## **Liabilities and Capital**

### Liabilities

Current Borrowing	\$50,000
Long-term Liabilities	\$0
Accounts Payable (Outstanding Bills)	\$0
Other Current Liabilities (interest-free)	\$0
<b>Total Liabilities</b>	<b>\$50,000</b>
Capital	
Planned Investment	
Jamie Muir	\$45,000
Investor	\$0
Other	\$0
Additional Investment Requirement	\$0
<b>Total Planned Investment</b>	<b>\$45,000</b>
Loss at Start-up (Start-up Expenses)	(\$11,600)
<b>Total Capital</b>	<b>\$33,400</b>
<b>Total Capital and Liabilities</b>	<b>\$83,400</b>
<b>Total Funding</b>	<b>\$95,000</b>

## **2.2. Company Ownership**

Red White & Bloom is an S-corporation, and is majority-owned by Jamie Muir.

## **3. Products and Services**

Red White & Bloom will offer a variety of products and services.

### **PRODUCTS**

Original Floral Designs, Using A Wide Mix of Flowers. Each Red White & Bloom floral arrangement will be a natural, original work of art. The company is committed to making each arrangement unique and custom-designed based on each customer's needs. Red White & Bloom's floral arrangements will feature a wide range of seasonal flowers. All sample arrangements in the store will be available for purchase.

**Pasivos y capital****Pasivos**

Crédito corriente	50 000 \$
-------------------	-----------

Pasivos a largo plazo	0 \$
-----------------------	------

Acreedores (facturas pendientes)	0 \$
----------------------------------	------

Otros pasivos corrientes (sin intereses)	0 \$
--	------

<b>Total pasivos</b>	<b>50 000 \$</b>
----------------------	------------------

**Capital**

Inversión prevista	
--------------------	--

Jamie Muir	45 000 \$
------------	-----------

Inversor	0 \$
----------	------

Otro	0 \$
------	------

Requisitos adicionales de inversión	0 \$
-------------------------------------	------

<b>Total de la inversión prevista</b>	<b>45 000 \$</b>
---------------------------------------	------------------

Pérdidas iniciales (Gastos iniciales)	(11 600 \$)
---------------------------------------	-------------

<b>Total capital</b>	<b>33 400 \$</b>
----------------------	------------------

<b>Total capital y pasivos</b>	<b>83 400 \$</b>
--------------------------------	------------------

<b>Total financiación</b>	<b>95 000 \$</b>
---------------------------	------------------

**2.2 Titularidad de la empresa**

*Red White & Bloom* es una sociedad (*S- corporation*) y su socia mayoritaria es Jamie Muir.

**3. Productos y servicios**

*Red White & Bloom* ofrecerá una variedad de productos y servicios.

**PRODUCTOS**

- Diseños florales originales a partir de una gran variedad de flores. Cada composición floral de *Red White & Bloom* será una obra de arte original y natural. La empresa se compromete a hacer cada arreglo floral único y personalizado teniendo en cuenta las necesidades de cada cliente. Las composiciones florales de *Red White & Bloom* presentarán una amplia variedad de flores dependiendo de la estación del año. Todos los arreglos florales existentes en la tienda estarán a la venta.

- Unique Containers. Red White & Bloom will select and offer distinctive vases for the discretionary buyer or for a special occasion, as well as affordable options for routine purchases.
- Green and Flowering House Plants. Red White & Bloom may occasionally offer a selection of seasonal green and flowering house plants.
- Gourmet Chocolates. With consumer's heightened awareness of chocolate brands and a seeming willingness to pay for a better product, Red White & Bloom will carry several lines of exclusive gourmet chocolate bars, that is, the brands will not be sold by other metro Atlanta retailers. The sale of gourmet chocolate is a perfect complement to flowers, and encourages consumers to indulge and experience something new because they are worth it.
- Paintings and Artwork from Local Artists. To create a gallery environment, the Red White & Bloom store will feature paintings and/or drawings from local artists, and the artwork will be for sale. The company will collect a small percentage of each sale (5%).
- Variety of prices. Red White & Bloom will offer a variety of arrangement sizes, and will always create a unique arrangement to meet anyone's stated budget.
- Hand-tied Bouquets. For customers who prefer to use their own vases, Red White & Bloom will offer hand-tied bouquets.

- Recipientes únicos. *Red White & Bloom* seleccionará y ofrecerá jarrones específicos para la compra discrecional o para ocasiones especiales, así como opciones asequibles para compras habituales.
- Plantas de interior, verdes o de flor. En ocasiones, *Red White & Bloom* ofrecerá una selección de plantas de interior, verdes o de flor.
- Chocolates gourmet. Dado el creciente interés mostrado por parte de los consumidores hacia las marcas de chocolate y la aparente disposición para pagar por un producto mejor, *Red White & Bloom* ofrecerá a los clientes tabletas de chocolate gourmet de marcas exclusivas, es decir, no estarán a la venta en otras tiendas de Atlanta. La venta de chocolate gourmet es un complemento perfecto para las flores y anima a los consumidores a darse un capricho y probar algo nuevo porque se lo merecen.
- Cuadros y obras de arte de artistas locales. Para crear un ambiente de galería, la tienda *Red White & Bloom* presentará cuadros o dibujos de artistas locales. Todas las obras estarán a la venta y la empresa cobrará una pequeña comisión de un 5 %.
- Variedad de precios. *Red White & Bloom* ofrecerá variedad de tamaños y creará arreglos únicos para todos los bolsillos.
- Bouquets atados a mano. *Red White & Bloom* ofrecerá bouquets atados para los clientes que prefieren utilizar sus propios jarrones.

## SERVICES

**Forget-Me-Not Club.** Special occasions account for four out of every ten floral purchases made. To capture a portion of this market and to foster overall romance, Red White & Bloom will offer a Frequent Flower Gift Program called the Forget-Me-Not Club designed for men. This program will let each customer register a minimum of six days per year (birthdays, holidays, anniversaries or any day except Valentine's Day) on which Red White & Bloom will automatically plan to deliver a floral arrangement to his place of work (which must be in Midtown or Downtown Atlanta). A courtesy call will be given or an e-mail sent to each customer 48-hours in advance. To make it as easy as possible for its customers to transport flower arrangements from work to home, Red White & Bloom will develop special packaging to keep containers upright and spillproof. This packaging will be well branded with the company's logo, and will serve as an additional marketing vehicle once delivered to a customer's workplace (office building). The customer must agree to the cost of each arrangement (minimum \$100), in advance and the service must be guaranteed by a credit card in advance. The credit card will not be charged until the day of each delivery.

### Commercial Account Program including:

- Free initial consulting. For retail and office tenants who are interested in a weekly delivery program, Red White & Bloom will conduct an initial free, on-site visit to the customer's office or store to determine the optimum floral design plan.
- Priority delivery program. Red White & Bloom will work with each commercial customer to determine a weekly delivery schedule, and will assure that arrangements are delivered on the same day each week at the same time.

## SERVICIOS

**Club “No me olvides”.** Cuatro de cada de 10 compras de flores se realiza con motivo de una ocasión especial. Para captar una parte de este mercado y promover el romanticismo en general, *Red White & Bloom* ofrecerá un programa de regalo frecuente de flores llamado Club “No me olvides”, pensado para hombres. Este programa permite que cada cliente registre un mínimo de seis días al año (cumpleaños, vacaciones, aniversarios o cualquier otra fecha señalada excepto el día de San Valentín), en los cuales *Red White & Bloom* hará un plan de entrega automática del arreglo florar a su lugar de trabajo (siempre que se sitúe en el centro de Atlanta). En las 48 horas anteriores a la fecha indicada se enviará un correo electrónico o se realizará una llamada de cortesía. Con el objetivo de facilitar el transporte de las flores del trabajo a casa, *Red White & Bloom* utilizará embalajes especiales para mantener los recipientes verticales y sin peligro de derrame. Estos embalajes mostrarán el logo de la empresa y se utilizarán como una estrategia de marketing adicional en el momento de la entrega en el lugar de trabajo de cada cliente (edificio de oficinas). El cliente debe aceptar antes de la entrega el coste de cada composición floral (mínimo 100 \$) y se garantizará el servicio mediante tarjeta de crédito. EL importe se cobrará el día de la entrega.

### Programa cuenta comercial que incluye:

- Asesoramiento inicial gratuito. Para los minoristas y oficinas que estén interesados en un programa de entregas semanal, *Red White & Bloom* llevará a cabo una visita a la tienda u oficina del cliente para determinar el plan de diseño floral apropiado.
- Programa de entrega prioritaria. *Red White & Bloom* trabajará con cada cliente para establecer un calendario semanal de entrega y asegurará que las flores se entreguen cada semana el mismo día y a la misma hora.

- Birthday Blooms. Red White & Bloom will offer a free arrangement to each office manager for a commercial account on his or her birthday.
- Referral Program. Red White & Bloom will offer a one-time 25% discount to each commercial customer for every additional commercial referral that becomes a customer.

**Castleberry Hill Residential Program.** For residents of Castleberry Hill, Red White & Bloom will offer a monthly fresh flower program with free delivery to encourage the habit of keeping fresh flowers in their homes. More frequent delivery options are available, and residents will be given a \$5 discount if they pick up the flowers in the store, which will decrease delivery expenses as well as increase exposure to additional buying opportunities. Other special programs for local residents include:

- Forget-Me-Not Club. (As defined above.)
- Narcissus Club. For residents who desire a custom-designed floral plan for their homes, Red White & Bloom offers the upscale Narcissus Club, which includes a free in-home consultation to assess the customer's home and the recommendation of a floral design plan; a minimum investment of \$75 per month; and a minimum of a six-month commitment. The commitment must be guaranteed by a credit card in advance. This service will also be offered as a gift certificate (limited delivery).

**Unique-buying experience.** As the Castleberry Hill area becomes a destination shopping venue, Red White & Bloom will contribute to the experience by offering a pleasant shopping experience through the gallery-like design of its storefront, and its selection of materials and floral designs.

- Cumpleaños floridos. *Red White & Bloom* regalará un arreglo floral a cada cliente con una cuenta comercial en el día su cumpleaños.
- Programa de recomendación. *Red White & Bloom* ofrecerá a cada cliente un 25 % de descuento en una compra por cada persona que nos recomiende y se haga cliente.

**Programa para la zona residencial de Castleberry Hill.** *Red White & Bloom* ofrecerá a los residentes de Castleberry Hill un programa de flores frescas con entrega gratuita, para intentar crear la costumbre de que los clientes tengan flores naturales en su casa. Existen otras opciones de entrega frecuente y los residentes tendrán un 5 % de descuento en la compra si recogen las flores en la tienda, lo que permitirá reducir los gastos y aumentar las posibilidades de realizar otras compras. La empresa tiene otros programas especiales para residentes como:

- Club “No me olvides”. (definido arriba.)
- Club narcisos. Para residentes que deseen un plan floral personalizado para sus casas, *Red White & Bloom* ofrece el exclusivo club narcisos que incluye una visita gratuita a domicilio para realizar un estudio de la casa y recomendar un plan de diseño floral. El cliente tendrá que hacer una inversión mínima de 75 \$ al mes y adquirir un compromiso de permanencia de 6 meses. El compromiso debe garantizarse a través de tarjeta de crédito por adelantado. Este servicio también se ofrecerá como una tarjeta de regalo (entrega limitada).

**Experiencia de compra única.** A medida que la zona de Castleberry Hill se convierta en un destino de compras, *Red White & Bloom* contribuirá a ello proporcionando una agradable experiencia de compra gracias a su escaparate a modo de galería de arte .la selección de materiales y los diseños florales.

**In-Store Presentations.** In the spirit of education and event marketing, Red White & Bloom will offer periodic in-store workshops to attract potential customers. Topics will be seasonal in nature, and will feature guest artists such as regional cuisine, interior design tips from local designers, books signings, jewelry shows, and local artist showings.

**Gift Cards.** Red White & Bloom will offer \$25, \$50, \$75 and \$100 gift certificates, as well as gift cards for the Forget-Me-Not program that would enable women to receive the program as a gift, and then select the characteristics of each scheduled delivery.

**Surveys/Comment Cards.** Red White & Bloom will use in-store comment cards as well as occasional surveys to ensure products and services are meeting customers' expectations.

## **7. Financial Plan**

- Contracted Labor and Rent make up over 40% of the operating expenses.
- Red White & Bloom wants to finance growth through cash flow.
- Marketing will remain at or below 6% of sales.
- Company expansion, while not a necessity, will be an option if sales projections are met and/or exceeded.

### **7.1. Break-even Analysis**

For our break-even analysis, we assume running costs which include our full payroll, rent, and utilities, and an estimation of other running costs. The chart shows what we need to sell per month to break even, according to these assumptions.

**Presentaciones en la tienda.** Con un propósito educativo y como una estrategia de marketing, *Red White & Bloom* ofrecerá talleres periódicos en la tienda para captar clientes potenciales. Los temas dependerán de la estación del año y contarán con artistas invitados: talleres de cocina regional, consejos de diseñadores locales sobre interiorismo, firmas de libros, exposiciones de joyas y de artistas locales.

**Tarjetas de regalo.** *Red White & Bloom* ofrecerá tarjetas de regalo de 25 \$, 50 \$, 75 \$ y 100 \$ y también tarjetas de regalo para el programa “No me olvides”, que permitirá que las mujeres reciban el programa como un regalo y después puedan elegir las características de cada calendario de entrega.

**Encuestas/ Tarjetas para comentarios.** *Red White & Bloom* tendrá en la tienda tarjetas de comentarios y hará encuestas puntuales para asegurar que los productos y servicios cumplen las expectativas de los clientes.

## **7. Plan de financiación**

- Los empleados y el alquiler constituyen más de un 40 % de los gastos operativos.
- *Red White & Bloom* busca financiar el crecimiento con la tesorería.
- El marketing supondrá como mínimo un 6 % de las ventas.
- La expansión de la empresa, si bien no es necesaria, será una opción si se consiguen o superan las ventas estimadas.

### **7.1 Análisis del umbral de rentabilidad**

Para nuestro análisis del umbral de rentabilidad, asumimos los gastos de funcionamiento, que incluyen nuestros salarios, alquiler y servicios, y también un cálculo de otros gastos de funcionamiento.

**Break-even Analysis**

Monthly Revenue Break-even	\$5,085
----------------------------	---------

**Assumptions:**

Average Percent Variable Cost	30%
-------------------------------	-----

<b>Estimated Monthly Fixed Cost</b>	<b>\$3,560</b>
-------------------------------------	----------------

**7.2. Projected Profit and Loss**

This business plan assumes an eventual 10% profit and is built using the following allocations of gross revenue:

- 10% profit
- 30% labor (including owner's draw)
- 10% inventory
- 27% overhead
- 23% cost of merchandise

### **Análisis del umbral de rentabilidad**

Ingresos mensuales en el umbral de rentabilidad

**Supuestos:**

Porcentaje medio del coste variable

**Costes fijos mensuales estimados**

### **7.2 Pérdidas y ganancias estimadas**

Este plan de negocio asume un beneficio final de un 10 % y se calcula a través del siguiente reparto de los ingresos brutos:

- 10 % Beneficio
- 30 % Empleados (incluido el diseño del propietario)
- 10 % Stock
- 27 % Costes indirectos
- 23 % Coste de la mercancía

**Pro Forma Profit and Loss**

	<b>Year 1</b>	<b>Year 2</b>	<b>Year 3</b>
<b>Sales</b>	<b>\$79,600</b>	<b>\$137,200</b>	<b>\$166,600</b>
Direct Cost of Sales	\$23,880	\$41,160	\$49,830
Other Costs of Goods	\$0	\$0	\$0
<b>Total Cost of Sales</b>	<b>\$23,880</b>	<b>\$41,160</b>	<b>\$49,830</b>
Gross Margin	\$55,720	\$96,040	\$116,770
Gross Margin %	70.00%	70.00%	70.09%
<b>Expenses</b>			
Payroll	\$0	\$0	\$0
Marketing & Advertising	\$4,640	\$6,860	\$8,330
Depreciation	\$1,150	\$1,150	\$1,150
Rent	\$4,800	\$7,800	\$8,400
Delivery Labor	\$5,000	\$8,500	\$10,200
Temp Labor	\$768	\$1,000	\$1,000
Contracted Floral Designer	\$0	\$17,000	\$18,200
Insurance	\$3,390	\$4,068	\$4,068
Dues & Subscriptions	\$250	\$300	\$300
Repairs & Maintenance	\$1,000	\$1,200	\$1,200
Supplies	\$2,650	\$5,488	\$6,944
Taxes	\$1,330	\$2,000	\$2,500
Other Fees	\$1,500	\$1,800	\$1,800
Buildout Costs	\$9,000	\$0	\$0
Deposits	\$1,000	\$0	\$0
Utilities	\$3,500	\$4,200	\$4,200
Van	\$1,410	\$1,692	\$1,692
Merchant Fees	\$1,330	\$2,744	\$3,472
<b>Total Operating Expenses</b>	<b>\$42,718</b>	<b>\$65,802</b>	<b>\$73,456</b>
Profit Before Interest and Taxes	\$13,002	\$30,238	\$43,314
EBITDA	\$14,152	\$31,388	\$44,464
Interest Expense	\$2,156	\$1,404	\$711
Taxes Incurred	\$3,254	\$8,650	\$12,781
<b>Net Profit</b>	<b>\$7,592</b>	<b>\$20,184</b>	<b>\$29,822</b>
<b>Net Profit/Sales</b>	<b>9.54%</b>	<b>14.71%</b>	<b>17.90%</b>

**Pro Forma pérdidas y ganancias**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Ventas</b>	<b>79 600 \$</b>	<b>137 200 \$</b>	<b>166 600 \$</b>
Coste directo de ventas	23 880 \$	41 160 \$	49 830 \$
Otros costes de los productos	0 \$	0 \$	0 \$
<b>Total coste de ventas</b>	<b>23 880 \$</b>	<b>41 160 \$</b>	<b>49 830 \$</b>
Margen bruto	55 720 \$	96 040 \$	116 770 \$
Margen bruto %	70,00 %	70,00 %	70,09 %
<b>Gastos</b>			
Salarios	0 \$	0 \$	0 \$
Marketing y publicidad	4640 \$	6860 \$	8330 \$
Amortización	1150 \$	1150 \$	1150 \$
Alquiler	4800 \$	7800 \$	8400 \$
Repartidor	5000 \$	8500 \$	10 200 \$
Trabajador temporal	768 \$	1000 \$	1000 \$
Diseñador floral contratado	0 \$	17 000 \$	18 200 \$
Seguro	3390 \$	4068 \$	4068 \$
Cuotas y suscripciones	250 \$	300 \$	300 \$
Reparaciones y mantenimiento	1000 \$	1200 \$	1200 \$
Provisiones	2650 \$	5488 \$	6944 \$
Impuestos	1330 \$	2000 \$	2500 \$
Otras tasas	1500 \$	1800 \$	1800 \$
Costes de acondicionamiento del local	9000 \$	0 \$	0 \$
Depósitos	1000 \$	0 \$	0 \$
Servicios	3500 \$	4200 \$	4200 \$
Furgoneta	1410 \$	1692 \$	692 \$
Tasas mercantiles	1330 \$	2744 \$	3472 \$
<b>Total gastos de operaciones</b>	<b>42 718 \$</b>	<b>65 802 \$</b>	<b>73 456 \$</b>
Beneficio antes de impuestos e intereses	13 002 \$	30 238 \$	43 314 \$
EBITDA	14 152 \$	31 388 \$	44 464 \$
Gastos financieros	2156 \$	1404 \$	711 \$
Impuestos soportados	3254 \$	8650 \$	12 781 \$
<b>Beneficio neto</b>	<b>7592 \$</b>	<b>20 184 \$</b>	<b>29 822 \$</b>
<b>Beneficio neto/ Ventas</b>			
	<b>9,54 %</b>	<b>14,71 %</b>	<b>17,90 %</b>

### 7.3. Projected Cash Flow

The Cash Flow table, below, shows a solid cash balance from day one. Because Red White & Bloom will sell on a cash-basis only, and will stock only slightly more than one month's inventory at any time, we do not anticipate any problems with cash flow, once we have obtained sufficient start-up funds.

#### Pro Forma Cash Flow

	<b>Year 1</b>	<b>Year 2</b>	<b>Year 3</b>
<b>Cash Received</b>			
Cash from Operations			
Cash Sales	\$79,600	\$137,200	\$166,600
<b>Subtotal Cash from Operations</b>	<b>\$79,600</b>	<b>\$137,200</b>	<b>\$166,600</b>
Additional Cash Received			
Sales Tax, VAT, HST/GST Received	\$0	\$0	\$0
New Current Borrowing	\$0	\$0	\$0
New Other Liabilities (interest-free)	\$0	\$0	\$0
New Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0
Sales of Other Current Assets	\$0	\$0	\$0
Sales of Long-term Assets	\$0	\$0	\$0
New Investment Received	\$0	\$0	\$0
<b>Subtotal Cash Received</b>	<b>\$79,600</b>	<b>\$137,200</b>	<b>\$166,600</b>
<b>Expenditures</b>			
Expenditures from Operations			
Cash Spending	\$0	\$0	\$0
Bill Payments	\$64,913	\$117,356	\$135,553
<b>Subtotal Spent on Operations</b>	<b>\$64,913</b>	<b>\$117,356</b>	<b>\$135,553</b>

### **7.3 Tesorería estimada**

La tabla de la tesorería que se presenta a continuación muestra un balance de efectivo sólido desde el primer día. Debido a que *Red White & Bloom* solo venderá en efectivo y repondrá el stock para un periodo de algo más de un mes, no anticipamos ningún problema en la tesorería una vez consigamos la financiación inicial.

<b>Pro Forma flujo de caja</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Caja</b>			
Efectivo de operaciones	79 600		
Efectivo de ventas	\$	137 200 \$	166 600 \$
<b>Subtotal efectivo de operaciones</b>	<b>79 600</b>	<b>137 200 \$</b>	<b>166 600 \$</b>
Caja adicional			
Impuestos sobre las ventas, IVA, HST/GST	0 \$	0 \$	0 \$
Préstamos actuales	0 \$	0 \$	0 \$
Nuevos pasivos (sin intereses)	0 \$	0 \$	0 \$
Nuevos pasivos a largo plazo	0 \$	0 \$	0 \$
Ventas de otros activos circulantes	0 \$	0 \$	0 \$
Ventas de activos a largo plazo	0 \$	0 \$	0 \$
Nuevas inversiones	0 \$	0 \$	0 \$
<b>Subtotal caja</b>	<b>79 600</b>	<b>137 200 \$</b>	<b>166 600 \$</b>
<b>Gastos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Gastos de operaciones			
Gastos en efectivo	0 \$	0 \$	0 \$
	64 913		
Pagos de facturas	\$	117 356 \$	135 553 \$
<b>Subtotal gastado en operaciones</b>	<b>64 913</b>	<b>117 356 \$</b>	<b>135 553 \$</b>

<b>Additional Cash Spent</b>			
Sales Tax, VAT, HST/GST Paid Out	\$0	\$0	\$0
<b>Principal Repayment of Current Borrowing</b>	<b>\$15,000</b>	<b>\$13,860</b>	<b>\$13,860</b>
Other Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0
Long-term Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0
Purchase Other Current Assets	\$0	\$0	\$0
Purchase Long-term Assets	\$0	\$0	\$0
Dividends	\$0	\$0	\$0
<b>Subtotal Cash Spent</b>	<b>\$79,913</b>	<b>\$131,216</b>	<b>\$149,413</b>
<b>Net Cash Flow</b>	<b>(\$313)</b>	<b>\$5,984</b>	<b>\$17,187</b>
<b>Cash Balance</b>	<b>\$70,037</b>	<b>\$76,021</b>	<b>\$93,208</b>

#### 7.4. Projected Balance Sheet

The Balance Sheet, below, shows our projected assets and liabilities for the three years of the plan, including accumulated depreciation of long-term assets.

#### Pro Forma Balance Sheet

	<b>Year 1</b>	<b>Year 2</b>	<b>Year 3</b>
<b>Assets</b>			
Current Assets			
Cash	\$70,037	\$76,021	\$93,208
Inventory	\$3,947	\$6,803	\$8,236
Other Current Assets	\$0	\$0	\$0
<b>Total Current Assets</b>	<b>\$73,984</b>	<b>\$82,824</b>	<b>\$101,444</b>
Long-term Assets			
Long-term Assets	\$11,550	\$11,550	\$11,550
Accumulated Depreciation	\$1,150	\$2,300	\$3,450
<b>Total Long-term Assets</b>	<b>\$10,400</b>	<b>\$9,250</b>	<b>\$8,100</b>
<b>Total Assets</b>	<b>\$84,384</b>	<b>\$92,074</b>	<b>\$109,544</b>
<b>Liabilities and Capital</b>			
Current Liabilities			
Accounts Payable	\$8,392	\$9,758	\$11,265
Current Borrowing	\$35,000	\$21,140	\$7,280
Other Current Liabilities	\$0	\$0	\$0
<b>Subtotal Current Liabilities</b>	<b>\$43,392</b>	<b>\$30,898</b>	<b>\$18,545</b>

Efectivo adicional gastado			
Impuestos sobre las ventas,			
IVA, HST/GST pagados	0 \$	0 \$	0 \$
Amortización de capital del	15 000		
préstamo actual	\$	13 860 \$	13 860 \$
Otros pasivos de la			
amortización de capital	0 \$	0 \$	0 \$
Pasivos a largo plazo de la			
amortización de capital	0 \$	0 \$	0 \$
Compra de otros activos			
circulantes	0 \$	0 \$	0 \$
Compra de activos a largo			
plazo	0 \$	0 \$	0 \$
Dividendos	0 \$	0 \$	0 \$
	<b>79 913</b>		
<b>Subtotal efectivo empleado</b>	<b>\$</b>	<b>131 216 \$</b>	<b>149 413 \$</b>
<b>Tesorería neta</b>	<b>(313 \$)</b>	<b>5984 \$</b>	<b>17 187 \$</b>
	<b>70 037</b>		
<b>Balance de caja</b>	<b>\$</b>	<b>76 021 \$</b>	<b>93 208 \$</b>

#### 7.4 Balance estimado

El balance que se incluye a continuación muestra nuestros activos y pasivos estimados para los tres años del plan, incluidas las amortizaciones acumuladas de los activos a largo plazo.

<b>Pro Forma balance general</b>			
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Activos</b>			
Activos circulantes			
Caja	70 037 \$	76 021 \$	93 208 \$
Stock	3947 \$	6803 \$	8236 \$
Otros activos circulantes	0 \$	0 \$	0 \$
<b>Total activos circulantes</b>	<b>73 984 \$</b>	<b>82 824 \$</b>	<b>101 444 \$</b>
Activos a largo plazo			
Activos a largo plazo	11 550 \$	11 550 \$	11 550 \$
Depreciaciones acumuladas	1150 \$	2300 \$	3450 \$
<b>Total activos largo plazo</b>	<b>10 400 \$</b>	<b>9250 \$</b>	<b>8100 \$</b>
<b>Total activos</b>	<b>84 384 \$</b>	<b>92 074 \$</b>	<b>109 544 \$</b>
<b>Pasivo y capital</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Pasivo corriente			
Acreedores varios	8392 \$	9758 \$	11 265 \$
Préstamo actual	35 000 \$	21 140 \$	7280 \$
Otros pasivos corrientes	0 \$	0 \$	0 \$
<b>Subtotal pasivo corriente</b>	<b>43 392 \$</b>	<b>30 898 \$</b>	<b>18 545 \$</b>

Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0
<b>Total Liabilities</b>	<b>\$43,392</b>	<b>\$30,898</b>	<b>\$18,545</b>
Paid-in Capital	\$45,000	\$45,000	\$45,000
Retained Earnings	(\$11,600)	(\$4,008)	\$16,176
Earnings	\$7,592	\$20,184	\$29,822
<b>Total Capital</b>	<b>\$40,992</b>	<b>\$61,176</b>	<b>\$90,999</b>
<b>Total Liabilities and Capital</b>	<b>\$84,384</b>	<b>\$92,074</b>	<b>\$109,544</b>
<b>Net Worth</b>	<b>\$40,992</b>	<b>\$61,176</b>	<b>\$90,999</b>

## 7.5. Business Ratios

Business ratios for the years of this plan are shown below. Industry profile ratios based on the Standard Industrial Classification (SIC) code 5992, Florists, are shown for comparison.

### Ratio Analysis

	Year 1	Year 2	Year 3	Industry Profile
Sales Growth	0.00%	72.36%	21.43%	0.24%
<b>Percent of Total Assets</b>				
Inventory	4.68%	7.39%	7.52%	36.28%
Other Current Assets	0.00%	0.00%	0.00%	24.49%
Total Current Assets	87.68%	89.95%	92.61%	76.91%
Long-term Assets	12.32%	10.05%	7.39%	23.09%
<b>Total Assets</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>
Current Liabilities	51.42%	33.56%	16.93%	39.45%
Long-term Liabilities	0.00%	0.00%	0.00%	11.77%
Total Liabilities	51.42%	33.56%	16.93%	51.22%
<b>Net Worth</b>	<b>48.58%</b>	<b>66.44%</b>	<b>83.07%</b>	<b>48.78%</b>
<b>Percent of Sales</b>				
Sales	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Gross Margin	70.00%	70.00%	70.09%	38.48%
Selling, General & Administrative Expenses	#VALUE!	68.09%	#VALUE!	23.26%
Advertising Expenses	0.00%	0.00%	0.00%	2.12%
Profit Before Interest and Taxes	16.33%	22.04%	26.00%	1.54%

Pasivo a largo plazo	0 \$	0 \$	0 \$
<b>Total pasivo</b>	<b>43 392 \$</b>	<b>30 898 \$</b>	<b>18 545 \$</b>
Capital integrado	45 000 \$	45 000 \$	45 000 \$
	(11 600		
Resultados acumulados	\$)	(4008 \$)	16 176 \$
Ganancias	7592 \$	20 184 \$	29 822 \$
<b>Total capital</b>	<b>40 992 \$</b>	<b>61 176 \$</b>	<b>90 999 \$</b>
<b>Total pasivo y capital</b>	<b>84 384 \$</b>	<b>92 074 \$</b>	<b>109 544 \$</b>
<b>Patrimonio neto</b>	<b>40 992 \$</b>	<b>61 176 \$</b>	<b>90 999 \$</b>

## 7.5 Ratios de negocio

A continuación se indican las ratios de negocio de este plan. Se presentan las ratios del perfil industrial basadas en el código 5992, Florista, de acuerdo con la Clasificación Estándar de la Industria (SIC, por sus siglas en inglés).

---

### Análisis de Ratios financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Perfil Industrial
Crecimiento de ventas	0,00 %	72,36 %	21,43 %	0,24 %
<b>Porcentaje total de activos</b>				
Existencias	4,68 %	7,39 %	7,52 %	36,28 %
Otros activos circulantes	0,00 %	0,00 %	0,00 %	24,49 %
Total activos circulantes	87,68 %	89,95 %	92,61 %	76,91 %
Activos a largo plazo	12,32 %	10,05 %	7,39 %	23,09 %
	<b>100,00</b>			
<b>Total activos</b>	<b>%</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00 %</b>
Pasivo corriente	51,42 %	33,56 %	16,93 %	39,45 %
Pasivo a largo plazo	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11,77 %
Total pasivo	51,42 %	33,56 %	16,93 %	51,22 %
<b>Patrimonio neto</b>	<b>48,58 %</b>	<b>66,44 %</b>	<b>83,07 %</b>	<b>48,78 %</b>
<b>Porcentaje de ventas</b>				
Ventas	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %
Margen bruto	70,00 %	70,00 %	70,09 %	38,48 %
Ventas, gastos generales y de gestoría	#VALOR!	68,09 %	#VALOR!	23,26 %
Gastos publicitarios	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2,12 %
Beneficio antes de impuestos e intereses	16,33 %	22,04 %	26,00 %	1,54 %

**Main Ratios**

Current	1.71	2.68	5.47	1.68
---------	------	------	------	------

Quick	1.61	2.46	5.03	0.68
-------	------	------	------	------

Total Debt to Total Assets	51.42%	33.56%	16.93%	57.66%
----------------------------	--------	--------	--------	--------

Pre-tax Return on Net Worth	26.46%	47.13%	46.82%	3.25%
-----------------------------	--------	--------	--------	-------

Pre-tax Return on Assets	12.85%	31.32%	38.89%	7.68%
--------------------------	--------	--------	--------	-------

**Additional Ratios**

	<b>Year 1</b>	<b>Year 2</b>	<b>Year 3</b>	
--	---------------	---------------	---------------	--

Net Profit Margin	9.54%	14.71%	17.90%	n.a
-------------------	-------	--------	--------	-----

Return on Equity	18.52%	32.99%	32.77%	n.a
------------------	--------	--------	--------	-----

**Activity Ratios**

Inventory Turnover	9.79	7.66	6.63	n.a
--------------------	------	------	------	-----

Accounts Payable Turnover	8.73	12.17	12.17	n.a
---------------------------	------	-------	-------	-----

Payment Days	27	28	28	n.a
--------------	----	----	----	-----

Total Asset Turnover	0.94	1.49	1.52	n.a
----------------------	------	------	------	-----

**Debt Ratios**

Debt to Net Worth	1.06	0.51	0.20	n.a
-------------------	------	------	------	-----

Current Liab. to Liab.	1.00	1.00	1.00	n.a
------------------------	------	------	------	-----

**Liquidity Ratios**

Net Working Capital	\$30,592	\$51,926	\$82,899	n.a
---------------------	----------	----------	----------	-----

Interest Coverage	6.03	21.54	60.96	n.a
-------------------	------	-------	-------	-----

**Additional Ratios**

Assets to Sales	1.06	0.67	0.66	n.a
-----------------	------	------	------	-----

Current Debt/Total Assets	51%	34%	17%	n.a
---------------------------	-----	-----	-----	-----

Acid Test	1.61	2.46	5.03	n.a
-----------	------	------	------	-----

Sales/Net Worth	1.94	2.24	1.83	n.a
-----------------	------	------	------	-----

<b>Dividend Payout</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>n.a</b>
------------------------	-------------	-------------	-------------	------------

## Ratios principales

Corrientes	1,71	2,68	5,47	1,68
Liquidez	1,61	2,46	5,03	0,68
Deuda total del total de activos	51,42 %	33,56 %	16,93 %	57,66 %
Ganancias del patrimonio neto antes de impuestos	26,46 %	47,13 %	46,82 %	3,25 %
Ganancias de activos antes de impuestos	12,85 %	31,32 %	38,89 %	7,68 %
<b>Ratios adicionales</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	
Margen de beneficio neto	9,54 %	14,71 %	17,90 %	n.a
Retorno sobre el capital	18,52 %	32,99 %	32,77 %	n.a
<b>Ratios de actividad</b>				
Facturación de stock	9,79	7,66	6,63	n.a
Facturación de cuentas por pagar	8,73	12,17	12,17	n.a
Días de cobro	27	28	28	n.a
Facturación total de activos	0,94	1,49	1,52	n.a
<b>Índice de endeudamiento</b>				
Deuda del patrimonio neto	1,06	0,51	0,20	n.a
Pasivo corriente	1,00	1,00	1,00	n.a
<b>Coeficiente de liquidez</b>				
Capital circulante	30 592 \$	51 926 \$	82 899 \$	n.a
Índice de cobertura	6,03	21,54	60,96	n.a
<b>Ratios adicionales</b>				
Activos para venta	1,06	0,67	0,66	n.a
Deuda a corto plazo/Total activos	51 %	34 %	17 %	n.a
Liquidez a corto plazo	1,61	2,46	5,03	n.a
Ventas/ Patrimonio neto	1,94	2,24	1,83	n.a
<b>Ganancias netas</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>n.a</b>



## 5. Problemas y estrategias de traducción

### 5.1 Problemas

A lo largo del proceso me he encontrado especialmente con problemas de traducción a la hora de elegir el término o expresión en la lengua meta que mejor expresaba la idea del texto origen. Para analizar los problemas me he basado en la clasificación de Amparo Hurtado (2001) en su obra *Traducción y Traductología*. Estos problemas se dividen en cuatro grupos, dependiendo del tipo de dificultad que podemos tener en una traducción: lingüístico, extralingüístico, instrumental y pragmático.

Los problemas lingüísticos son aquellos que se refieren a las diferencias entre los dos idiomas y pueden ser de carácter léxico, morfosintáctico, estilístico y textual. Mi primera dificultad fue la abundancia de expresiones o léxico económico-financiero, que muchas veces tienen una traducción directa en español pero he tenido que apoyarme en textos paralelos en español, glosarios y diccionarios especializados para encontrar la traducción más adecuada. El lenguaje económico o financiero puede ser difícil de comprender para el lector no especializado, porque la misma palabra puede ser utilizada con sentidos distintos dependiendo de la intención del texto y del asunto del mismo, por ejemplo “assets” (activos o bienes); “liabilities” (pasivos, deudas o responsabilidades). Otros ejemplos de problemas léxicos son: “Total revenue”(ingresos totales); “average direct cost of sales”( coste medio de ventas); “start-up summary”( resumen inicial); “working capital”(fondo de maniobra); “cash flow”(tesorería); “gross margin”( margen bruto); “Net Worth”( patrimonio neto).

Además de los problemas lingüísticos relacionados con el léxico económico-financiero, he tenido problemas con el vocabulario específico del comercio de flores. Este tipo de vocabulario a primera vista puede no ser complicado, pero algunas veces tuve la dificultad en saber cuál era la mejor opción. La expresión que me causó más problemas dentro del léxico “florístico” fue “flower arrangements”. Esta expresión se repite en numerosas ocasiones. En mi traducción se puede ver que traduce esta expresión de varias formas como, “composiciones florales”; “arreglos florales”; “diseños florales”; “ramos de flores”; “adornos florales”. Aunque en la mayor parte de los casos he utilizado “composiciones florales”, debido a que es el término más utilizado en español, en ocasiones he recurrido a otros sinónimos para buscar la variedad y riqueza léxica, necesaria en castellano. Otros ejemplos de este tipo de léxico son: “Green and Flowering House Plants” (Plantas de interior, verdes o de flor); “Hand-tied Bouquets” (Bouquets atados a mano).

En segundo lugar, señalaré los problemas extralingüísticos que son los derivados de cuestiones de tipo temático, cultural o enciclopédico. En mi traducción la mayoría de los problemas que he tenido fueron de ámbito cultural debido a las diferencias existentes entre los Estados Unidos y España. En el texto origen aparecen expresiones que no tienen un equivalente en español y que necesitan una adaptación. El primer problema fue el término “S-corporation”, que tuve que traducir con un término más general, sociedad, porque es el término que más se asemeja al original, pero que no engloba la totalidad de la definición debido a que esta es un tipo de sociedad específico. S-corporation significa un tipo de sociedad cuyos accionistas son gravados impositivamente como si fueran socios de la misma, es decir, que la ganancia de la compañía es considerada un ingreso directo de los accionistas, haya sido o no distribuida. Por otro lado, he tenido algunas dificultades en encontrar algunos equivalentes para expresiones creadas para la floristería, como uno de los servicios ofrecidos, el “Forget-me-not Club”. En este caso, he intentado crear una expresión que recogiese el mensaje, es decir, una expresión que se utilizaría en una floristería española si tuviera ese servicio o uno semejante, “Club no me olvides”.

En este apartado, también he tenido que pensar cómo debería traducir las cifras de los dólares en las tablas existentes en el texto origen. Considero que la opción de dejar en dólares sin hacer la conversión a euros es la más adecuada debido a la constante fluctuación del cambio de divisas.

En tercer lugar, hablamos de los problemas instrumentales que son los que derivan de la dificultad en documentarse, esto es, si es necesaria una búsqueda extensa de documentación para realizar la traducción. En mi caso, fue muy complicado encontrar textos dentro del mismo género y la misma actividad empresarial en ambos idiomas. Para mi traducción me he basado en varios ejemplos de planes de negocio, pero de varios sectores distintos porque los panes de negocios de floristerías son escasos. Para los problemas lingüísticos de carácter financiero y económico, referidos arriba, esto no ha sido un problema porque se utilizan de igual modo en todos los planes de negocio pero todo el vocabulario referido al comercio de flores fue muy difícil de contrastar.

Por último, he tenido algunos problemas de tipo pragmático. Estos problemas son los relacionados con la intención del autor, las presuposiciones y la estructura del texto. El texto origen tiene como objetivo principal ofrecer una imagen positiva de la empresa, o sea, demostrar que esta empresa va a prosperar en el mercado y que todo va a ser satisfactorio. Todo el vocabulario y estructura utilizados están pensados para fundamentar esta idea. Algunas veces he tenido problemas en ver cuál sería la mejor forma de traspasar esta idea al texto meta. Algunos ejemplos de esta forma de escrita son: "constant enthusiasm for learning" (continuo entusiasmo por aprender); "innovative" (innovadores); "high quality" (gran calidad); "attractive displays" (expositores atractivos). También es importante indicar que puede haber problemas de tipo pragmático derivados de la diferencia de lectores en uno y otro contexto. Por ejemplo, la necesidad de añadir la localización geográfica de Castleberry Hill porque no puedo suponer que el lector del plan de negocios en español conozca dónde se sitúa.

En cualquier texto, su maquetación también es importante para reflejar la intención del autor. En mi traducción he tenido algunos problemas en mantener la estructura original debido a que el texto no se puede descargar, sino que se tiene que copiar página a página y la maquetación no se mantiene. He intentado crear una presentación lo más fiel posible al texto origen.

## 5.2 Estrategias de traducción

Para hacer mi traducción y solucionar los problemas descritos arriba he recurrido a distintas estrategias de traducción. Para ello me he basado en la misma obra que he utilizado para distinguir los distintos problemas de traducción.

En una traducción de inglés a español, la estrategia más presente es la transposición porque los cambios de categoría gramatical son necesarios debido a las grandes diferencias gramaticales entre las dos lenguas. Una transposición significa expresar una idea en ambos idiomas pero con distintas categorías gramaticales. Algunos de los ejemplos de transposiciones son: “maintain a willingness to adapt to evolving market” (dispuesta a adaptarse a un mercado en constante evolución); “visually pleasing at night” (visión agradable durante la noche); “and is majority-owned by Jamie Muir” (y su socia mayoritaria es Jamie Muir); “Birthday Blooms” (cumpleaños floridos).

Otra de las estrategias utilizadas fue la amplificación. Esta estrategia consiste en añadir elementos lingüísticos para precisar aspectos y detalles. Puede utilizarse para salvar el desconocimiento de connotaciones de referencias de la cultura de la lengua origen. En mi traducción tuve que dar información adicional sobre algunos elementos para facilitar el entendimiento del lector. Por ejemplo, para la traducción de “Castleberry Hill” consideré que el lector español no tiene por qué saber dónde se encuentra esta ciudad, de ahí que añadiera el país y estado para que no tuviera que buscar por sí mismo la localización de Castleberry Hill (Atlanta, EE. UU.).

Debido a las diferencias culturales entre los lectores del texto en la lengua origen y en la lengua meta he necesitado recurrir a algunas adaptaciones para que el lector español pudiera sentirse mejor identificado al leer el texto y también para un mejor entendimiento del mismo. Un ejemplo de adaptación fue la creación de

una expresión que pudiera parecerse y reflejar el mismo mensaje que el servicio “Forget-Me-Not Club” (No me olvides). Por último, he tenido que recurrir a una adaptación para pasar las medidas de las cámaras frigoríficas de “feet” a metros; “5 ft x10 ft” “Cámaras frigoríficas de 1,5 x 3 metros.”.

En algunas ocasiones he utilizado algunas omisiones porque la información se podría presuponer en el texto meta. Por omisión se entienda la supresión de ciertos segmentos del texto origen para evitar redundancias o debido a la obviedad. Por ejemplo: “Target Market segment strategy” (Estrategia de segmento de mercado), donde se ha omitido “target”; “Generate healthy total revenue of \$ 79,600 in Year One” (Generar en el primer año unos ingresos totales de 79 600 \$), donde se ha omitido “healthy”.

El conocimiento acerca de las diferentes estrategias que puede utilizar un traductor de textos profesionales, junto con el proceso de documentación, han sido de gran ayuda para poder resolver los problemas de traducción con los que me encontré.



## 6. Conclusión

A lo largo de esta memoria he intentado reflejar las técnicas y bases de la traducción especializada conforme a lo aprendido durante el año para conseguir un buen resultado en la traducción del plan de negocios de la floristería norteamericana *Red White & Bloom*.

Como ya he indicado en la introducción de este trabajo, el motivo principal para la elección de este texto se debe a tener un negocio familiar de este sector comercial (una floristería) y por la necesidad de hacer una renovación de la empresa. Con este texto he aprendido nuevo vocabulario especializado en el campo económico-financiero así como las convenciones retóricas y estilísticas de este tipo de texto, necesarias para crear y renovar una empresa que me será útil para el futuro. Al no estar familiarizada con el vocabulario y el género he tenido algunos problemas de interpretación y traducción del texto origen.

Cuando se traducen documentos, una de las mayores dificultades está relacionada con las distintas culturas que intervienen en el proceso de traducción. En este trabajo he tenido algunas dificultades de este tipo porque hay diferencias muy marcadas entre la cultura norteamericana y la española, que he apuntado en la sección 5 de problemas y estrategias de traducción.

Durante la elaboración de esta memoria, principalmente, en la traducción he tenido varias dificultades que fui solucionando con estrategias de traducción y búsqueda de documentación.

Con la elaboración de este trabajo he podido ver aspectos muy interesantes relacionados con el tipo de texto elegido y sentí que la traducción de este texto fue de gran ayuda para mí debido a lo que deseaba poner en práctica. Me di cuenta de que esta memoria me ayudó a utilizar todo lo aprendido durante este año y pude reflexionar sobre la importancia de las diferentes fases en el proceso de traducción: interpretación y documentación, traducción, revisión y edición.



## 7. Referencias

Diccionarios, glosarios y traductores automáticos

- Alcaraz Varó E. y B. Hugues. 2008. Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales: inglés- español. Barcelona: Ariel.
- Casado Velarde, Manuel (2005) *El castellano actual: usos y normas* ( editorial Eunsa).
- <http://iate.europa.eu/iatediff/SearchByQueryLoad.do?method=load>
- [www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)
- [www.rae.es](http://www.rae.es)
- <http://glosbe.com/>
- <http://www.linguee.com/>
- <http://www.spanish-translator-services.com/espanol/diccionarios/finanzas-ingles-espanol/>
- [www.economia48.com](http://www.economia48.com)
- <http://www.ctv.es/USERES/amiles/glossaryal.htm#top>
- <http://www.intracen.org/tfs/docs/glossary/ae.htm>
- <http://www.economicas-online.com/glosarios/ingles.htm>
- [http://es.freelang.net/enlinea/ingles\\_economico.php?lg=es](http://es.freelang.net/enlinea/ingles_economico.php?lg=es)

Búsquedas de dudas lingüísticas, frecuencia de uso, siglas:

- Fundación del español urgente: <http://www.fundeu.es/>
- Diccionario panhispánico de dudas: <http://buscon.rae.es>
- <http://corpus.rae.es/creanet.html>
- <http://www.acronymfinder.com/>
- <http://www.businessdictionary.com/definition/payment-days.html>

Páginas web relacionadas con empresas y planes de negocio:

- <http://www.budgetbusinessplans.com/article/why-do-i-need-a-business-plan/>
- <http://www.budgetbusinessplans.com/article/why-business-plans-are-important/>
- <http://www.budgetbusinessplans.com/article/business-plan-information/>
- <http://www.budgetbusinessplans.com/article/business-plan-outline/>

Lecturas sobre el proceso de traducción:

- Hurtado, Amparo (2001) *Traducción y Traductología*, Cátedra; [http://www.trans.uma.es/pdf/Trans\\_1/t1\\_151-160\\_AHurtado.pdf](http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_1/t1_151-160_AHurtado.pdf)
- Nord, Christiane (1988). *Text Analysis in Translation*. Amsterdam: Rodopi.

